

Optimalisasi Potensi Lokal Melalui Transformasi Ide Bisnis Menjadi Rencana Nyata

Ahmad Samlawi^{1*}, Willa Putri Malinda Buchori¹, Muhammad Roy Aziz Haryana¹, Raden Roro Yuli Noor Kusumawati¹

¹ Fakultas Vokasi, Sarjana Terapan Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta, Wates, Indonesia

Email: ^{1*}ahmadsamlawi@uny.ac.id, ²willaputri@uny.ac.id, ³royazizharyana@uny.ac.id, ⁴yulinoor@uny.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak—Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering menghadapi tantangan dalam mentransformasi ide inovatif menjadi strategi bisnis yang terstruktur, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing dan resiliensi usaha. Kegiatan pengabdian ini dirancang dengan tujuan utama mengoptimalkan kapasitas pengusaha lokal dalam menyusun rencana bisnis komprehensif sebagai kerangka metodologi aktif kewirausahaan yang praktis dan aplikatif. Solusi strategis yang diimplementasikan, yaitu pelatihan intensif yang berfokus pada empat pilar fundamental, yaitu analisis pasar yang mendalam, pengembangan produk yang inovatif, strategi pemasaran digital yang efektif, serta proyeksi keuangan yang realistis dan terukur. Pelatihan ini menggunakan metode pembelajaran campuran yang mengombinasikan sesi ceramah interaktif dan diskusi kasus riil selama 90 menit dengan pendampingan intensif dan personal selama 60 menit dengan memanfaatkan template rencana bisnis yang telah disesuaikan secara khusus dengan karakteristik dan skala usaha mikro. Kegiatan yang diikuti secara antusias oleh 60 pelaku UMKM ini menunjukkan partisipasi tinggi, terutama dalam sesi penerapan langsung strategi pemasaran digital, sementara hasil evaluasi objektif yang menggunakan sembilan indikator kunci secara meyakinkan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas peserta secara holistik dan signifikan, terutama pada aspek kritis seperti inovasi produk, resiliensi usaha, dan kolaborasi jaringan. Secara kuantitatif, sebanyak 87% peserta berhasil mendemonstrasikan peningkatan kemampuan yang konsisten berada pada kategori baik hingga sangat baik di seluruh aspek yang diukur, sebuah temuan yang dengan kuat memvalidasi efektivitas metodologi pelatihan yang diterapkan dalam meningkatkan secara nyata kesiapan dan kemampuan UMKM untuk merumuskan serta menjalankan rencana aksi bisnis yang konkret dan berkelanjutan di tengah dinamika pasar.

Kata Kunci: Transformasi Ide Bisnis; Pengusaha Lokal; UMKM; Kewirausahaan; Pelatihan Bisnis

Abstract— *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) often face challenges in transforming innovative ideas into structured business strategies, leading to low competitiveness and business resilience. This community service activity is designed with the primary objective of optimizing the capacity of local entrepreneurs in developing comprehensive business plans as a practical and applicable framework for active entrepreneurship. The strategic solution implemented is an intensive training program focused on four fundamental pillars, in-depth market analysis, innovative product development, effective digital marketing strategies, and realistic and measurable financial projections. This training carefully uses a blended learning method, dynamically combining interactive lecture sessions and real case discussions for 90 minutes with intensive and personal mentoring for 60 minutes, utilizing business plan templates that have been specifically tailored to the characteristics and scale of micro-enterprises. The activity, enthusiastically attended by 60 MSME actors, showed high participation, particularly in the hands-on digital marketing strategy sessions, while objective evaluation results using nine key indicators convincingly demonstrated a holistic and significant increase in participant capacity, especially in critical aspects such as product innovation, business resilience, and network collaboration. Quantitatively, 87% of participants successfully demonstrated a consistent improvement in ability, categorized as good to excellent across all measured aspects a finding that strongly validates the effectiveness of the implemented training methodology in tangibly enhancing the readiness and ability of MSMEs to formulate and execute concrete and sustainable business action plans amidst market dynamics.*

Keywords: *Businss Idea Transformation; Local Entrepreneurs; MSMEs; Entrepreneurship; Business Training*

1. PENDAHULUAN

Globalisasi telah mengakibatkan transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal identitas budaya lokal (Siregar et al., 2024). Banyak individu memiliki ide bisnis yang inovatif, namun tidak semua mampu mengimplementasikannya secara efektif. Hal ini seringkali disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang perencanaan bisnis yang baik. Pengusaha lokal, terutama di daerah pedesaan, menghadapi tantangan dalam mengembangkan ide mereka menjadi usaha yang berkelanjutan. Minimnya strategi promosi juga menjadi salah satu tantangan bagi usaha lokal (Dermawan et al., 2025). Keberadaan pengusaha lokal sangat penting dalam mendukung perekonomian daerah (Lubis & Salsabila, 2024). Mereka berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Secara keseluruhan, pengusaha lokal adalah pilar penting dalam perekonomian daerah, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan, kesejahteraan, dan stabilitas masyarakat. Namun, kenyataannya adalah tidak semua calon wirausaha muda memiliki keterampilan yang memadai dalam menyusun rencana bisnis yang efektif (Hasmyati et al., 2024).

Berbagai upaya pengabdian masyarakat sebelumnya telah dilakukan untuk memberdayakan UMKM. Program-program yang umum dilaksanakan cenderung berfokus pada pelatihan manajemen keuangan dasar, peningkatan keterampilan teknis produksi, atau pelatihan pemasaran konvensional. Kegiatan seperti itu, meskipun bermanfaat, sering kali bersifat parsial dan kurang terintegrasi. Identifikasi *Gap* (Kesenjangan) menunjukkan bahwa pendekatan tersebut masih meninggalkan celah krusial, yaitu ketidakmampuan pengusaha

mikro dalam mengintegrasikan aspek-aspek kunci, seperti analisis pasar yang mendalam, strategi pemasaran digital, dan proyeksi keuangan yang realistis ke dalam sebuah rencana bisnis yang koheren dan dapat ditindaklanjuti. Akibatnya, banyak usaha tetap stagnan, sulit beradaptasi dengan pasar, dan memiliki daya tahan (resiliensi) yang rendah.

Berdasarkan analisis kesenjangan tersebut, program pelatihan ini dirancang dengan pendekatan yang berbeda dan terintegrasi. Berbeda dengan pelatihan umum yang hanya memberikan materi secara terpisah, program ini berfokus pada pendampingan intensif dengan menggunakan template rencana bisnis yang disesuaikan dengan konteks lokal Gunung Kidul. Pendekatan ini bertujuan untuk membantu peserta secara sistematis merangkai semua komponen bisnis mulai dari identifikasi potensi lokal, analisis pasar dan pesaing, penyusunan strategi pemasaran digital, hingga perencanaan keuangan sederhana ke dalam satu dokumen rencana aksi yang aplikatif.

Pengusaha lokal membuka usaha yang sering kali membutuhkan tenaga kerja (Lubis & Salsabila, 2024). Bisnis yang didirikan mampu menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat, yang membantu mengurangi tingkat pengangguran. Ketika lapangan kerja baru tersedia, pendapatan masyarakat meningkat. Hal ini berkontribusi pada peningkatan daya beli dan kualitas hidup, karena individu dapat memenuhi kebutuhan dasar dan berinvestasi dalam pendidikan serta kesehatan. Namun, tanpa keterampilan manajerial dan pengetahuan yang memadai, potensi ini sulit untuk direalisasikan. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan yang dapat membantu mereka merumuskan rencana bisnis yang jelas.

Pelatihan ini bertujuan untuk membekali pengusaha lokal dengan keterampilan praktis dalam merencanakan dan mengelola bisnis. Pengusaha dengan bekal keterampilan praktis akan lebih sukses dibandingkan dengan pengusaha tanpa bekal tersebut (Nisa & Subhan, 2024). Program pengabdian masyarakat sebelumnya bagi UMKM cenderung fokus pada manajemen keuangan dasar. Namun, pendekatan ini meninggalkan kesenjangan krusial (gap) pada pengusaha mikro, yaitu ketidakmampuan untuk mengintegrasikan analisis pasar dan strategi pemasaran digital ke dalam rencana aksi dan proyeksi keuangan yang realistis. Oleh karena itu, program pelatihan ini dirancang dengan pendekatan yang terintegrasi dan kontekstual, berfokus pada pendampingan intensif menggunakan template rencana bisnis yang disesuaikan. Tujuan utamanya adalah membekali pengusaha lokal dengan keterampilan praktis dalam merencanakan dan mengelola bisnis, yang secara spesifik akan menghasilkan peningkatan daya saing, resiliensi usaha melalui penyusunan proyeksi keuangan sederhana, pemanfaatan potensi lokal, dan penguatan jaringan kolaborasi antar pelaku UMKM.

Perlunya menciptakan lingkungan di mana ide-ide kreatif dapat tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang nyata. Melalui pelatihan ini, peserta akan belajar tentang komponen penting dalam rencana bisnis, seperti analisis pasar, pemasaran, dan keuangan. Berlandaskan pada pengetahuan yang tepat, pengusaha lokal dapat lebih siap menghadapi persaingan di pasar. Selain itu, pelatihan ini juga akan memberikan kesempatan bagi peserta untuk berkolaborasi dan berbagi pengalaman satu sama lain. Dalam jangka panjang, harapannya program ini dapat meningkatkan daya saing pengusaha lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Keterlibatan pelatih yang berpengalaman dalam bidang bisnis untuk memberikan materi yang relevan. Metode pembelajaran yang interaktif dan praktis akan memastikan peserta dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Melalui pendekatan ini, pelatihan tidak hanya menjadi teori, tetapi juga pengalaman yang bermanfaat.

Pelatihan dimulai dari analisis pasar. Tujuan utama dari analisis pasar adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar dan lokasi (Sahara & Nasution, 2024). Analisis pasar penting untuk membantu peserta memahami kondisi pasar di mana mereka beroperasi. Peserta akan belajar tentang teknik penelitian pasar, termasuk pengumpulan data tentang pesaing, target audiens, dan tren industri. Melalui pembelajaran di setiap sesi ini, diharapkan peserta dapat mengintegrasikan semua elemen yang telah dipelajari untuk merancang rencana bisnis yang tidak hanya realistis tetapi juga dapat diimplementasikan dengan baik. Program ini bertujuan untuk memberdayakan pengusaha lokal dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi komunitas.

Kondisi usaha lokal di daerah Gunung Kidul, Yogyakarta, memiliki karakteristik unik yang dipengaruhi oleh faktor geografis, sosial, dan ekonomi, khususnya di Desa Pacarejo. Gunung Kidul dikenal dengan keindahan alamnya, termasuk pantai, gua, dan pegunungan. Potensi pariwisata yang tinggi memberikan peluang bagi usaha lokal, terutama di sektor akomodasi, kuliner, dan kerajinan tangan. Peran masyarakat lokal sebagai pemilik sumber daya sangat krusial dalam pariwisata, terutama dalam hal partisipasi mereka sebagai pemangku kepentingan (Nawangsari & Rahmatin, 2021). Terdapat objek pariwisata. meningkatnya perhatian terhadap pariwisata, banyak usaha lokal yang bermunculan, seperti homestay, restoran, dan penyedia layanan wisata. Usaha ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Lalu, sebagian besar penduduk masih bergantung pada sektor pertanian dan perikanan. Usaha pertanian seperti sayuran, buah-buahan, dan tanaman obat menjadi sumber pendapatan. Namun, tantangan seperti cuaca ekstrem dan akses pasar harus diatasi.

Gunung Kidul juga terkenal dengan kerajinan tangan, seperti keramik, anyaman, dan batik. Usaha ini sering kali dikelola secara tradisional dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut melalui pelatihan dan pemasaran yang lebih baik. Beberapa wilayah di Gunung Kidul memiliki akses yang terbatas (Sekarsih et al., 2024). Ini akan

menjadi penghambat dalam pengembangan usaha. Infrastruktur transportasi dan jaringan distribusi masih perlu diperbaiki untuk mendukung pertumbuhan usaha lokal. Banyak pengusaha lokal yang menghadapi keterbatasan modal dan kurangnya pengetahuan tentang manajemen bisnis. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha dan bersaing di pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, meskipun terdapat tantangan, kondisi usaha lokal di Gunung Kidul menunjukkan potensi yang besar untuk berkembang, terutama dengan dukungan yang tepat dan pemanfaatan sumber daya lokal secara maksimal.

Oleh karena itu, untuk menjawab kebutuhan yang spesifik dan mendasar ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini diformulasikan. Rumusan masalah dari program ini adalah: “Bagaimana pelatihan penyusunan rencana bisnis yang terintegrasi dan kontekstual dapat menunjang peningkatan kapasitas dan keberhasilan usaha lokal di Desa Pacarejo, Gunung Kidul?” Melalui pendekatan yang holistik dan praktis, pelatihan ini diharapkan tidak hanya menjadi transfer teori, tetapi menjadi katalisator bagi tumbuhnya usaha-usaha lokal yang tangguh dan berdaya saing.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode yang bersifat partisipatif dan aplikatif, dirancang untuk memastikan peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung. Terdapat tiga metode yang dilakukan. Masing-masing di bahas di pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Metode	Durasi	Deskripsi Kegiatan
I. <i>Workshop</i> Interaktif	Ceramah, Diskusi Kasus, Tanya Jawab	90 Menit	Penyampaian materi fundamental rencana bisnis, analisis pasar, dan strategi pemasaran digital. <i>Workshop</i> UMKM dirancang untuk memberikan pendampingan komprehensif bagi pelaku usaha setempat (Pratama et al., 2025).
II. Pendampingan Intensif	Bimbingan <i>Hands-on</i> Aplikasi <i>Template</i>	60 & Menit	Peserta dibimbing langsung oleh tim pengabdian untuk mengisi <i>template</i> rencana bisnis, merumuskan proyeksi keuangan awal, serta mengidentifikasi potensi dan tantangan spesifik usaha. Pendampingan memungkinkan interaksi langsung dengan Masyarakat (Mu'jizat et al., 2025).
III. Evaluasi dan Umpan Balik	Kuesioner Terstruktur	30 Menit	Pengukuran peningkatan pemahaman peserta dan evaluasi kepuasan secara keseluruhan terhadap kegiatan. Fungsi evaluasi melampaui sekadar penyajian angka-angka, karena ia juga mengungkap <i>insight</i> kontekstual (Muttaqien et al., 2025).

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Pacarejo, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Program berlangsung pada Selasa, 29 Juli 2025 dengan durasi total 180 menit, dimulai dari pukul 08.40 WIB hingga 12.00 WIB. Narasumber pelatihan ini adalah Ibu Nadia Husnaningtyas, S.Ak., M.Ak., seorang Dosen dari Universitas Negeri Yogyakarta. Materi yang disampaikan dirancang komprehensif dan aplikatif, meliputi materi fundamental dalam pengembangan bisnis. Awalnya, peserta diberikan pemahaman tentang konsep dasar bisnis sebagai fondasi kewirausahaan. Selanjutnya, materi ditingkatkan dengan pembahasan mendalam mengenai analisis pasar, membimbing peserta untuk mengenali peluang, mempelajari pesaing, dan menentukan posisi strategis produk mereka di pasar. Pelaksanaan kegiatan ada pada Gambar 1.



Gambar 1. Narasumber Memberikan Materi kepada Pelaku UMKM

Terdapat sembilan ukuran yang digunakan untuk evaluasi, yaitu:

- a. Pengembangan kemampuan analisis pasar
Kemampuan analisis pasar adalah fondasi bagi sebuah usaha untuk memahami dinamika ekosistem bisnisnya. Ukuran ini mengevaluasi sejauh mana perusahaan dapat mengumpulkan, mengolah, dan menginterpretasi data tentang konsumen, tren industri, perilaku pesaing, serta faktor ekonomi dan regulasi. Dengan kemampuan analisis yang baik, sebuah bisnis dapat mengidentifikasi peluang baru, mengantisipasi ancaman, dan menyesuaikan strateginya agar tetap relevan dan kompetitif. Tanpa ini, perusahaan berisiko mengambil keputusan berdasarkan asumsi yang keliru dan kehilangan arah di tengah persaingan.
- b. Inovasi produk
Inovasi produk adalah ukuran yang menilai kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai baru melalui penawaran produk atau jasanya. Ini tidak hanya terbatas pada penemuan yang revolusioner, tetapi juga mencakup perbaikan, modifikasi, atau penyesuaian fitur yang membuat produk menjadi lebih unggul, efisien, atau sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Evaluasi ini melihat seberapa sering dan seberapa sukses sebuah usaha meluncurkan inovasi yang diterima pasar, yang pada akhirnya menjadi pendorong utama pertumbuhan dan diferensiasi dari kompetitor.
- c. Penguatan strategi pemasaran
Penguatan strategi pemasaran berfokus pada efektivitas cara perusahaan mempromosikan dan mengkomunikasikan nilai produknya kepada audiens target. Ukuran ini menilai keselarasan antara pesan, saluran distribusi, taktik promosi, dan penetapan harga dengan perilaku konsumen. Strategi pemasaran yang kuat tidak hanya meningkatkan brand awareness dan penjualan jangka pendek, tetapi juga membangun ekuitas merek dan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan, memastikan bahwa setiap upaya pemasaran memberikan dampak yang maksimal.
- d. Akses pembiayaan
Akses terhadap pembiayaan adalah urat nadi bagi kelangsungan dan ekspansi bisnis. Ukuran ini mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan modal kerja, baik dari sumber internal seperti laba ditahan, maupun sumber eksternal seperti pinjaman bank, investor, atau program pendanaan pemerintah. Kemudahan akses pembiayaan yang sehat menunjukkan bahwa bisnis memiliki model keuangan yang kredibel dan prospek yang menjanjikan, memungkinkannya untuk berinvestasi dalam pengembangan, mengatasi fluktuasi kas, dan merealisasikan rencana pertumbuhannya.
- e. Aspek pembangunan jaringan
Pembangunan jaringan (*networking*) mengukur sejauh mana perusahaan aktif membina dan memanfaatkan hubungan strategis dengan berbagai pihak, seperti pemasok, distributor, mitra strategis, pelanggan, dan asosiasi industri. Jaringan yang kuat dapat membuka akses ke sumber daya baru, informasi pasar yang berharga, rekomendasi, dan peluang kolaborasi. Dalam dunia bisnis, relasi seringkali menjadi kunci untuk mempercepat pertumbuhan, memecahkan masalah, dan meningkatkan legitimasi usaha di mata stakeholder.
- f. Keberlanjutan usaha
Keberlanjutan usaha adalah ukuran yang menilai daya tahan dan prospek jangka panjang sebuah bisnis. Ini melampaui sekadar profitabilitas dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti stabilitas keuangan, kepuasan dan retensi pelanggan, efisiensi operasional, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan. Sebuah usaha yang berkelanjutan tidak hanya mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang sulit, tetapi juga memiliki fondasi yang kokoh untuk terus berkembang dan mencetak keuntungan secara konsisten di masa depan.
- g. Penguasaan teknologi digital
Dalam era modern, penguasaan teknologi digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan sebuah keharusan. Ukuran ini mengevaluasi sejauh mana perusahaan memanfaatkan alat dan platform digital, seperti perangkat lunak manajemen, *e-commerce*, media sosial, analitik data, dan automasi untuk mengoptimalkan operasi, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan efisiensi. Penguasaan teknologi yang baik memungkinkan bisnis untuk menjadi lebih lincah, data-driven, dan kompetitif di pasar yang semakin terdigitalisasi.
- h. Peningkatan resiliensi bisnis
Resiliensi bisnis adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan, beradaptasi, dan bangkit dari guncangan yang tidak terduga, seperti krisis ekonomi, bencana alam, atau perubahan drastis dalam pasar. Ukuran ini menilai kesiapan bisnis dalam mengelola risiko, memiliki rencana darurat, dan fleksibilitas operasionalnya. Sebuah bisnis yang resilien tidak hanya fokus pada kesuksesan di masa normal, tetapi juga membangun "ketahanan" untuk menghadapi ketidakpastian, memastikan bahwa gangguan hanya bersifat sementara dan tidak mematikan.
- i. Kualitas umpan balik yang konstruktif
Umpan balik yang konstruktif adalah mekanisme vital untuk pembelajaran dan perbaikan berkelanjutan. Ukuran ini tidak hanya melihat pada kuantitas, tetapi terutama pada kualitas dan kegunaan dari umpan balik

yang diterima, baik dari pelanggan, karyawan, maupun mitra. Umpan balik yang berkualitas bersifat spesifik, dapat ditindaklanjuti, dan disampaikan dengan cara yang mendorong perbaikan, bukan menyalahkan. Proses mengumpulkan dan merespons umpan balik ini secara efektif memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kelemahan, meningkatkan produk dan layanan, serta memperkuat hubungan dengan semua pihak yang terlibat.

Khalayak sasaran utama dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM yang berdomisili dan menjalankan usaha di Desa Pacarejo, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah peserta yang terlibat sebanyak 60 orang, yang merepresentasikan berbagai sektor usaha unggulan daerah tersebut, seperti pariwisata (*homestay*, kuliner, guide), pertanian (sayuran, buah-buahan, tanaman obat), serta kerajinan tangan (anyaman, keramik, batik). Karakteristik khalayak sasaran didominasi oleh usaha mikro dengan struktur operasional yang sederhana, dimana pemilik seringkali bertindak sebagai manajer sekaligus tenaga kerja.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan. Tahapan terdiri atas perencanaan, pelaksanaan, dan pendampingan. Masing-masing dijelaskan di bawah ini.

3.1 Hasil

Luaran kegiatan program pengabdian ini berupa perolehan data kuantitatif dan kualitatif dari kuesioner evaluasi yang berfungsi mengukur peningkatan kapasitas dalam sembilan indikator objektif, dokumentasi kegiatan (berupa foto dan video) sebagai bukti akuntabilitas, serta terukurnya peningkatan pemahaman dan kesiapan mental wirausaha melalui hasil pasca-tes. Selain itu, dihasilkannya dokumen *Implementation Agreement (IA)* sebagai bukti telah dilaksanakannya kegiatan PKM. Setiap hasil di bahas masing-masing dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan pendampingan. Masing-masing dijelaskan di bawah ini.

3.1.1 Perencanaan

Pada tahap perencanaan, tim pengabdian mengadakan koordinasi awal dengan pihak Pemerintah Desa Pacarejo, Gunung Kidul. Koordinasi awal dilakukan sebanyak 2 (dua) kali pertemuan. Pada pertemuan pertama, tim pengabdian dan perangkat desa berdiskusi mengenai kebutuhan riil pelaku UMKM setempat serta materi pelatihan yang paling dibutuhkan, khususnya penyusunan rencana bisnis, analisis pasar, dan strategi pemasaran digital, mengingat potensi pariwisata dan kerajinan yang menjadi unggulan desa. Sedangkan pada pertemuan kedua, disepakati jadwal pelaksanaan pengabdian pada hari Selasa, 29 Juli 2025, pukul 08.40–12.00 WIB, serta koordinasi teknis terkait jumlah peserta yang menargetkan 60 pelaku UMKM, lokasi kegiatan di balai desa, dan kelengkapan administrasi pendukung. Dari hasil diskusi tersebut, disusunlah perencanaan detail kegiatan pelatihan. Di dalamnya termasuk agenda waktu, materi presentasi, template formulir rencana bisnis, serta instrumen kuesioner evaluasi yang akan digunakan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan kepuasan peserta atas pelatihan yang diberikan. Hasil diskusi di akhiri dengan kesepakatan bersama.

3.1.2 Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan pada hari Selasa, 29 Juli 2025 pukul 08.40–12.00 WIB dan dihadiri oleh 60 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM di Desa Pacarejo, Gunung Kidul. Narasumber merupakan Dosen dari Universitas Negeri Yogyakarta, Ibu Nadia Husnaningtyas, S.Ak., M.Ak. Materi pelatihan yang disampaikan dirancang secara komprehensif dan aplikatif, mencakup fondasi penting dalam membangun dan mengembangkan sebuah usaha. Peserta dibekali dengan pemahaman mengenai konsep dasar bisnis sebagai landasan berpikir kewirausahaan. Materi kemudian dikembangkan dengan analisis pasar, yang mengajak peserta untuk mengidentifikasi peluang, pesaing, dan posisi produk mereka di tengah masyarakat.

Selanjutnya, pelatihan membahas cara menetapkan target penjualan yang realistis dan terukur untuk memandu operasional usaha. Puncak dari materi adalah pembahasan mengenai strategi pemasaran secara online, yang menjadi kunci dalam memperluas jangkauan pasar di era digital ini. Melalui kombinasi antara teori dari narasumber ahli dan praktik langsung, pelatihan ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM di Desa Pacarejo. Acara pelatihan berlangsung sesuai susunan acara sebagai berikut:

Tabel 2. Susunan Acara Kegiatan PKM

Waktu	Kegiatan
8.40 – 09.00 WIB	Pembukaan dan Sambutan Sambutan dari Perangkat Desa Pacarejo Pengenalan Tim Pengabdian dan Tujuan Kegiatan
09.00 – 10.30 WIB	Penyampaian Materi Konsep dasar rencana bisnis

Waktu	Kegiatan
10.30 – 11.30 WIB	Analisis pasar
	Target penjualan
	Strategi pemasaran digital
	Pendampingan Intensif dan Diskusi
	Pengisian template rencana bisnis
11.30 – 12.00 WIB	Analisis tantangan dan target ke depan
	Tanya jawab dan konsultasi kasus usaha
	Evaluasi dan Penutupan
	Pengisian kuesioner evaluasi kegiatan
	Kesimpulan dan foto bersama

Pelatihan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang dengan alur yang sistematis untuk memastikan peserta dapat memahami dan menerapkan materi secara optimal. Acara dibuka secara resmi pada pukul 08.40 hingga 09.00 WIB. Sesi pembukaan ini tidak hanya bersifat formalitas, tetapi juga menjadi momen penting untuk membangun hubungan dan komitmen. Dalam sesi ini, perwakilan Perangkat Desa Pacarejo menyampaikan sambutan untuk memberikan dukungan dan apresiasi, sekaligus Tim Pengabdi memperkenalkan diri serta menyampaikan gambaran umum dan tujuan besar dari kegiatan ini, sehingga peserta memiliki ekspektasi yang jelas.

Memasuki inti acara, dari pukul 09.00 hingga 10.30 WIB, dilaksanakan sesi Penyampaian Materi yang menjadi fondasi pengetahuan bagi peserta. Materi yang diberikan dirancang berjenjang, dimulai dari pengenalan konsep dasar rencana bisnis sebagai kerangka berpikir. Selanjutnya, peserta diajak untuk memahami analisis pasar guna mengidentifikasi peluang dan tantangan di lingkungan usahanya. Materi kemudian berfokus pada perencanaan yang lebih spesifik, seperti menetapkan target penjualan yang realistis dan terukur, serta mempelajari berbagai strategi pemasaran digital yang efektif dan dapat diakses di era modern ini. Sesi ini bertujuan untuk membekali peserta dengan teori-teori kunci yang langsung dapat diaplikasikan.

Setelah mendapatkan dasar teori, peserta memasuki sesi yang paling interaktif, yaitu Pendampingan Intensif dan Diskusi dari pukul 10.30 hingga 11.30 WIB. Pada sesi ini, pengetahuan yang telah diperoleh langsung ditransformasikan into action. Peserta didampingi untuk mengisi template rencana bisnis yang telah disediakan, sehingga mereka tidak hanya mendengar tetapi juga mempraktikkan penyusunan rencana untuk usaha mereka sendiri. Melalui diskusi, berbagai tantangan yang dihadapi dianalisis dan target jangka panjang dirumuskan. Kesempatan tanya jawab dan konsultasi kasus usaha masing-masing peserta membuat bimbingan yang diberikan menjadi sangat personal dan relevan, mengatasi masalah spesifik yang mereka hadapi di lapangan.

Sebagai penutup rangkaian pelatihan, pada pukul 11.30 hingga 12.00 WIB, diadakan sesi Evaluasi dan Penutupan. Sesi ini sangat penting untuk mengukur keberhasilan kegiatan dan perbaikan di masa depan. Peserta diminta untuk mengisi kuesioner evaluasi kegiatan yang memberikan umpan balik berharga bagi penyelenggara. Selanjutnya, tim pengabdi menyampaikan kesimpulan dari seluruh rangkaian acara, menegaskan kembali poin-poin kunci dan motivasi. Acara kemudian ditutup dengan foto bersama yang tidak hanya menjadi kenangan, tetapi juga simbol sinergi dan semangat kolaborasi baru yang telah terbangun antara peserta, perangkat desa, dan tim pengabdi.



Gambar 2. Peserta Mengisi Formulir Evaluasi Kegiatan

3.1.3 Pendampingan

Pendampingan pasca pelatihan dilakukan oleh tim pengabdi secara intensif selama satu minggu untuk memastikan implementasi rencana bisnis yang telah disusun oleh peserta. Mekanisme pendampingan dilakukan secara daring melalui grup aplikasi *WhatsApp* yang beranggotakan seluruh peserta dan tim pengabdi. Pada setiap

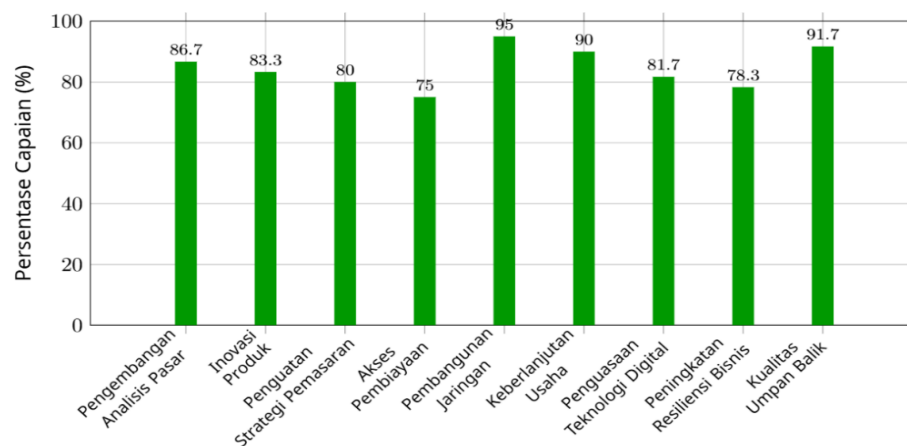
pertemuan virtual, dilakukan monitoring perkembangan *business plan* masing-masing UMKM, diskusi terkait kendala yang dihadapi dalam penerapan analisis pasar dan perencanaan keuangan, serta konsultasi individual untuk memberikan solusi yang tepat sesuai dengan karakteristik usaha peserta. Melalui pendampingan berkelanjutan ini, diharapkan terjadi transformasi pengetahuan yang aplikatif dan terbentuknya kemandirian para pengusaha lokal dalam mengelola serta mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Aktivitas dalam pendampingan ini bersifat holistik dan partisipatif. Pada setiap pertemuan virtual yang dijadwalkan, Tim Pengabdi melakukan monitoring perkembangan *business plan* masing-masing UMKM. Proses ini tidak hanya mengecek progres, tetapi juga mengevaluasi kesesuaian antara perencanaan dan eksekusi di lapangan. Forum ini juga menjadi ajang diskusi interaktif dimana peserta dapat secara terbuka berbagi kendala-kendala teknis yang mereka hadapi, khususnya dalam penerapan analisis pasar dan penyusunan perencanaan keuangan yang realistis. Lebih lanjut, untuk menangani permasalahan yang spesifik dan unik, disediakan sesi konsultasi individual. Dalam sesi ini, Tim Pengabdi dapat memberikan solusi yang lebih terpersonalisasi dan tepat sasaran, disesuaikan dengan karakteristik usaha, asset, dan pasar dari masing-masing peserta.

Melalui rangkaian pendampingan berkelanjutan ini, diharapkan terjadi proses transformasi pengetahuan yang mendalam, dari sekadar pemahaman menjadi keterampilan aplikatif. Tujuan akhirnya adalah terwujudnya kemandirian para pengusaha lokal Desa Pacarejo. Dengan bekal yang memadai, mereka diharapkan tidak hanya mampu mengelola usaha mereka dengan lebih profesional pada saat ini, tetapi juga memiliki kapasitas untuk mengadaptasi strategi dan mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan (*sustainable*) di tengah dinamika pasar yang terus berubah, sehingga pada akhirnya dapat berkontribusi signifikan terhadap penguatan ekonomi desa.

3.1.4 Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses yang dilakukan secara terstruktur dengan menggunakan kriteria tertentu untuk menilai sejauh mana efektivitas pelaksanaan suatu program pembangunan dan pencapaian tujuannya (Suhaeri et al., 2024). Proses ini dilakukan secara sistematis melalui kegiatan pengumpulan dan analisis data berdasarkan indikator yang telah ditentukan sebelumnya. Terdapat Sembilan ukuran yang digunakan dengan hasil masing-masing pada Gambar 3.



Gambar 3. Grafik Persentase Capaian Akhir Program

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil mencapai tujuannya dengan sangat baik, yang tercermin dari capaian signifikan pada berbagai indikator kunci. Pada aspek pengembangan kemampuan analisis pasar, sebanyak 52 peserta atau 86,7% berhasil menyusun dokumen analisis kelayakan konsumen yang lengkap dan terstruktur. Di bidang inovasi produk, tercatat 50 peserta atau 83,3% mampu mempresentasikan ide produk baru yang orisinal dan layak secara teknis. Untuk penguatan strategi pemasaran, 48 peserta atau 80% berhasil merancang rencana pemasaran dengan kualitas yang baik dan relevan dengan pasar lokal. Sementara itu, dalam hal akses pembiayaan, 45 peserta atau 75% telah menyusun proposal bisnis yang layak dan memenuhi standar dasar untuk diajukan kepada lembaga pendanaan.

Aspek kolaborasi dan pembangunan jaringan menunjukkan hasil yang sangat menggembirakan, dimana 57 peserta atau 95% aktif berpartisipasi dalam diskusi kelompok dan forum kolaboratif. Komitmen terhadap keberlanjutan usaha juga tinggi, dengan 54 peserta atau 90% menyatakan komitmen mereka untuk menerapkan praktik bisnis berkelanjutan. Pada bidang digitalisasi, penguasaan teknologi digital ditunjukkan oleh 49 peserta atau 81,7% yang mampu menyelesaikan tugas praktis menggunakan alat digital dengan baik. Kemampuan adaptasi bisnis terlihat dari peningkatan resiliensi bisnis, dimana 47 peserta atau 78,3% peserta dapat merespons dengan efektif dalam simulasi situasi krisis. Terakhir, budaya kolaborasi yang sehat terbukti

dengan 55 peserta atau 91,7% yang aktif memberikan dan menerima masukan konstruktif selama sesi diskusi, menunjukkan kematangan dalam berkomunikasi dan bekerja sama.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan dan hasil evaluasi yang dilakukan, dapat dibahas bahwa pelatihan ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pertama, dari aspek peningkatan pemahaman, peserta menunjukkan kemampuan yang signifikan dalam memahami konsep-konsep dasar penyusunan rencana bisnis. Hal ini terlihat dari respons positif selama sesi tanya jawab serta kemampuan peserta dalam mengidentifikasi komponen-komponen penting dalam rencana bisnis, seperti analisis pasar, target penjualan, dan strategi pemasaran. Materi yang disampaikan dengan pendekatan studi kasus nyata yang relevan dengan kondisi usaha di Desa Pacarejo, Gunung Kidul memudahkan peserta dalam mencerna dan mengaplikasikan ilmu yang diberikan.

Kedua, dari aspek keterampilan praktis, peserta telah berhasil menyusun draft rencana bisnis sederhana selama sesi pendampingan intensif. Peserta perlu dibimbing menyusun rencana bisnis agar usaha mereka lebih tertata dan siap jalankan (Julita et al., 2025). Melalui pendampingan yang dilakukan, peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu menerapkannya langsung dalam konteks usaha mereka. Beberapa peserta bahkan telah mulai merancang strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang kombinitif antara teori dan praktik mampu memberikan dampak yang nyata. Kontribusi usaha kecil terhadap perekonomian nasional akan semakin menguat berkat transformasi digital yang tidak hanya sekadar mendukung keberlangsungan mereka (Sucipto et al., 2025).

Ketiga, dari aspek jaringan dan kolaborasi, terbentuknya grup *WhatsApp* sebagai media komunikasi pasca-pelatihan telah memfasilitasi terjalinnya interaksi antar-peserta dan antara peserta dengan tim pengabdian. Grup ini tidak hanya digunakan untuk konsultasi lanjutan tetapi juga menjadi wadah bagi peserta untuk saling berbagi peluang usaha dan membangun kemitraan. Pendampingan pascapelatihan bertujuan untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis, memperoleh bimbingan lanjutan, serta memantau progres implementasi teknologi dalam usaha mereka (Dharta et al., 2025). Dampak jangka panjang dari jejaring ini diharapkan dapat memperkuat ekosistem usaha lokal di Desa Pacarejo.

Keempat, berdasarkan hasil kuesioner evaluasi terhadap 60 responden menggunakan sembilan indikator objektif, dapat dibahas bahwa pelatihan ini berhasil mencapai tujuannya dengan signifikan. Secara keseluruhan, evaluasi terhadap sembilan indikator ini tidak hanya menunjukkan peningkatan holistik dalam kapasitas kewirausahaan peserta tetapi juga membuktikan efektivitas metode pelatihan yang diterapkan. Hasilnya, terdapat 87% peserta menunjukkan peningkatan kemampuan yang baik hingga sangat baik across semua aspek yang diukur.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh rangkaian pelaksanaan, disimpulkan bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Transformasi Ide Bisnis Menjadi Rencana Nyata: Pelatihan untuk Pengusaha Lokal" telah berhasil mencapai tujuan utamanya. Secara agregat, rata-rata 87% peserta menunjukkan peningkatan kemampuan yang signifikan dalam aspek-aspek krusial, mulai dari menyusun rencana bisnis, menganalisis pasar, hingga membangun jejaring kolaborasi. Capaian ini diperkuat oleh tingkat partisipasi yang sangat tinggi, mencapai 95% dalam sesi diskusi dan 91,7% dalam pemberian umpan balik konstruktif, membuktikan efektivitas metode yang diterapkan dan relevansi materi bagi 60 pelaku UMKM di Desa Pacarejo. Secara spesifik, hasil nyata terlihat dari 86,7% peserta yang berhasil menyusun analisis pasar, 83,3% mampu mengembangkan inovasi produk, dan 75% berhasil merumuskan proposal bisnis yang layak pendanaan. Meskipun demikian, kegiatan ini menghadapi kendala penting, yaitu keterbatasan durasi waktu yang menghambat pendalaman materi serta heterogenitas latar belakang peserta yang membutuhkan penyesuaian pendekatan yang lebih individual. Kendala-kendala ini menjadi dasar evaluasi, menggarisbawahi perlunya program pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, disarankan untuk menambah durasi pelatihan atau membaginya menjadi beberapa sesi, menyelenggarakan kelas lanjutan yang dikelompokkan berdasarkan tingkat kemampuan peserta agar pendampingan lebih tepat sasaran, serta menyediakan modul cetak untuk mendukung peserta yang belum terampil dalam menggunakan perangkat digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan, W., Anshori, M. F., Konety, N., & Ramadhan, R. A. (2025). Paradiplomasi dan Digitalisasi UMKM: Inisiatif Lokal Menuju Konektivitas Global di Desa Batukaras Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 672–682.
- Dharta, F. Y., Budiarto, B. W., & Utiahman, N. (2025). Transformasi Digital UMKM: Pelatihan Manajemen Bisnis Berbasis Teknologi untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar Digital. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 182–188.
- Hasmyati, Anawar, N. I., Aswar, N. F., Aksir, M. I., & Awal, A. (2024). Pelatihan Penyusunan Business Plan bagi Calon Wirausaha di Desa Arasoe Kabupaten Bone. *Paramacitra: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(02), 109–114.

- Julita, Nasrizal, Abdurrahman, R., & Iznillah, M. L. (2025). Pengembangan Rencana Bisnis Wirausaha Mahasiswa Melalui Pelatihan Penyusunan Feasibility Study Bisnis. *Jurnal Abdi Insani*, 12(4), 1647–1657.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Mu'jizat, L., Nuriyah, A. B. A., Rifa'i, M. R., Rizal, A., Mawadah, Z. Z., Oktavia, F., Suryasari, G., & Triristina, N. (2025). Sosialisasi dan Pendampingan kepada Masyarakat Tentang Pentingnya Pendidikan yang Berkelanjutan Di Desa Brambang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 6(3), 4079–4085.
- Muttaqien, D. D., Muhsidi, A. M., Mahsyar, J. H., Watulandi, M., Kazmi, R. R., & Naufatti, A. (2025). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Desa Sukaraja melalui Program Pelatihan Terintegrasi. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 796–805.
- Nawang Sari, E. R., & Rahmatin, L. S. (2021). Tantangan dan Peluang Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Tamansari dalam Era Normal Baru. *Jurnal Masyarakat Indonesia*, 47(1), 91–104.
- Nisa, I. R., & Subhan, R. (2024). Wirausaha Sukses Melalui Strategi Komunikasi Yang Efektif Dalam Bisnis. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 7(1), 70–80. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v7i1.2176>
- Pratama, G., Sari, Y. T., Antony, C., Fahmi, Manurung, M. G., Handratna, R. K., Muazrian, Z., Syahirah, N. E., Safitri, Y. A., Saputera, A. F., & Fani, L. A. (2025). Workshop UMKM Naik Kelas dalam Upaya Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi dan Penguatan Legalitas Usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6817–6825.
- Sahara, S., & Nasution, S. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM Gerobak Chicken Steak Dalam Mengekspansi Usaha di Kecamatan Medan Perjuangan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(1), 219–229.
- Sekarsih, F. N., Mustopa, A., Dewi, M. M., Pringgondani, R., & Kuku. (2024). Wisata Virtual di Geopark Gunungsewu Kabupaten Gunungkidul Sebagai Media Promosi Pariwisata Daerah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2600–2608. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3238>
- Siregar, A., Yanti, D. D., Sipayung, D. V., Adani, M. I., Rianti, N. P., & Purnamasari, I. (2024). Pengaruh Globalisasi Terhadap Eksistensi Identitas Budaya Lokal dan Pancasila. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(8), 3047–7824. <https://doi.org/10.57235/jalakotek.v1i2.2385>
- Sucipto, K. R. R., Aras, R. A., Salam, M. F., Aulia, R., Afrizal, Y. H., & Rijal, S. (2025). UMKM Go Digital : Peningkatan Literasi Digital UMKM Kota Makassar Pemanfaatan Google Maps dan Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 6(3), 3731–3737.
- Suhaeri, Fitriani, U. nida aulia, & Umayah, S. U. (2024). Evaluasi Program Bekasi Mandiri Baznas Kabupaten Bekasi dalam Kegiatan Pemberian Bantuan Gerobak Kepada Pelaku UMKM. *Khazanah: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 13–22. <http://e-jurnal.staihas.ac.id/index.php/khazanah/article/view/114%0Ahttps://e-jurnal.staihas.ac.id/index.php/khazanah/article/download/114/60>